

La virtualidad en las relaciones de pareja

Zurita, E., Llorente, F.M., y Montalbán, F.M. (2015)

Esta comunicación presenta desde un análisis antropológico-social el modo en que se construyen y (de) construyen las relaciones de pareja en las sociedades de consumo. Frente a épocas anteriores en que se establecía, fundamentalmente, como unidad económica y social de por vida hoy, la pareja, se constituye como comunidad de emociones y sentimientos. Pero éstos son inestables, y más aún en sociedades regidas por el consumo y la insatisfacción permanente que este exige. Las relaciones tradicionales se construían con largos periodos de tiempo a través del noviazgo, de conocimientos familiares, etc., sin embargo, hoy las relaciones se construyen desde la inmediatez, desde la consecución del deseo, no sólo sexual, sino de compañía, de comunión con el otro, de fusión con el otro..., pero al mismo tiempo huyendo de las contradicciones y conflictos que necesariamente aparecen en todas las relaciones sociales. Una de las características de las sociedades contemporáneas es la constitución del individuo. El individualismo construye al sujeto humano desde su fragmentación ambivalente. Los individuos viven las relaciones afectivas como uno de los ejes fundamentales de su vida. Pero sienten una gran desconfianza en una relación para siempre. En nuestras sociedades contemporáneas las relaciones afectivas son ambivalentes: por un lado, existe una fuerte necesidad y deseo de relacionarse y por otro lado, un temor a los lazos afectivos duraderos. La etnografía que nuestro Grupo de Investigación está iniciando en una primera fase, a través de historias de vida y entrevistas en profundidad a diferentes tipos de parejas (según estrato, edad, etnia...), desvela como las tecnologías de la comunicación inmediata profundizan en esa fragmentación al construir la virtualización de las emociones y los sentimientos, de manera que las relaciones afectivas “son” a partir de esa realidad virtual que las nuevas tecnologías construyen.